

O que as mulheres querem

Conhecer e ser sensível às necessidades do público feminino é o caminho para que profissionais da beleza atendam com propósito, qualidade e prosperem.



Diversidade de público

Especialistas do mercado de beleza são unânimes em afirmar: as mulheres querem se sentir bonitas antes e depois de sair do salão. Uma pesquisa do Instituto Qualibest, que comparou mulheres das gerações X e Z, mostra que elas buscam o mercado de beleza (cabelo, unhas, maquiagem) para se sentirem felizes e não para seguir um padrão.

A maioria das mulheres pesquisadas (91%) ressalta que cada uma deve arrumar o cabelo da maneira que a faça sentir-se bem, enquanto apenas 1% acredita que alisar o cabelo é importante para ser melhor aceita na sociedade.

Aceitação, valorização e inclusão são tendências crescentes, mostrando que beleza e propósito convergem. Assim, o desafio de atender o público é criar serviços e produtos que possam adequar-se à grande diversidade de texturas capilares, tons de pele, gerações e identidades de gênero.

E se as mulheres são diferentes, os serviços também devem ser; serviços personalizados são bem-vindos pelas mulheres. O olhar para a diversidade de clientes é um cuidado importante para empresários que querem oferecer um serviço diferenciado. Assim, incluir opções para atender a todos os tipos de consumidoras é uma excelente atitude para fidelizar clientes.

Produtos naturais, veganos, livres de crueldade animal (cruelty-free), menos agressivos e que deixam menos resíduos (clean beauty), multifuncionais e hipoalergênicos são muito procurados.

A procura por profissionais especializados em cabelos de diferentes curvaturas e texturas, que atendam a mulheres de diferentes etnias ou gerações, e que sejam especialistas, tem aumentado.

Cuidados como adoção de rampas, para facilitar a entrada de cadeirantes e idosos, são algumas soluções que valorizam os estabelecimentos de beleza e tornam o atendimento mais humanizado.

Tendências do mercado

As mulheres seguem as tendências, e os profissionais precisam estar atualizados e bem-informados, aptos a oferecer serviços que deixem a cliente com cabelos, maquiagem ou unhas de celebridades ou que estão no topo das “beauty trends” das redes sociais.

Estar atento às novidades do mundo da beleza e da moda, aos lançamentos de desfiles, feiras e eventos, saber o que está fazendo sucesso em personagens de TV e filmes, são fundamentais para se conhecer o que está na moda e aproveitar oportunidades. Essa atitude não deve ser tomada apenas pelos profissionais da beleza, mas também pelos gestores de salões de beleza, que podem aproveitar as novidades para criar novos serviços e aumentar sua oferta e ganhos.

Além de manicure, depiladora e cabeleireiro, um novo profissional vem ganhando cada vez mais espaço na vida e na agenda das mulheres: os profissionais especializados, que aliam beleza e estilo aos cabelos, como os "hairstylists", que dão consultoria de imagem; os coloristas especializados em químicas, que definem os tipos de coloração mais adequadas a todo o tipo de cabelos; os especialistas em cabelos de diferentes curvaturas e em transição capilar, que têm sido muito procurados, e além de atenderem a uma demanda crescente, são mais valorizados.

Esses profissionais oferecem muito mais que um simples serviço ou terapia capilar, pois trabalham de forma personalizada e fazem “algo a mais” na composição do visual de suas clientes, deixando-as muito felizes.

Serviços para elas

As mulheres brasileiras amam as suas madeixas e estão dispostas a gastar mais para mantê-las bonitas e saudáveis. Por isso, os pequenos negócios devem ir além de lavagem, corte e escova. A dica é pensar na extensão e personalização dos serviços, como a aplicação de máscaras e a realização de procedimentos para relaxamento, maciez ou fortalecimento dos fios.

Além de aumentar o faturamento e movimento do empreendimento, a iniciativa traz um outro olhar sobre o salão.

Montar um calendário de serviços, para avisar à cliente que está na hora de cortar os cabelos para mantê-los belos, presta um serviço importante e ainda estreita a relação da consumidora com o salão. O aviso serve também para renovar procedimentos mais complexos, como aplicação de máscaras e rejuvenescimento dos fios, e pode ser feito para aumentar a circulação do negócio em dias de menor movimento.

A época de deixar o ambiente mais agradável para as clientes com revistas, água e café ficou no passado. Hoje, é preciso dispor de muito mais para agregar valor ao atendimento. Oferecer um bom sinal para conexão à internet, sucos e drinks leves, comidinhas e até monitores ou aplicativos para agendamento e divulgação de informações especializadas, são sinônimos de requinte no atendimento, o que favorece a experiência positiva da cliente.